

CLUBES

El Chelsea firma con Nike su mayor patrocinio de la historia: 60 millones de libras al año

Palco23

13 oct 2016 - 16:24

Ya es oficial. El Chelsea FC decidió romper de forma anticipada su acuerdo con Adidas para firmar con Nike, un nuevo patrocinio que, según confirma la propia entidad, "representa el mayor acuerdo comercial en la historia". Los términos económicos y la duración del contrato no se han hecho públicos, pero en mayo la prensa británica situaba el acuerdo en unos 60 millones de libras por temporada (66 millones de euros) y por quince años, hasta 2032.

Marina Granovskaia, directora general del conjunto de la Premier League, ha enfatizado que se trata de "un acuerdo muy emocionante e importante para el club". Y no sólo por el sustancial aumento de ingresos: "Creemos que Nike será capaz de apoyar nuestro crecimiento en nuevos mercados, así como ayudar a mantener nuestro lugar entre los clubes de fútbol de élite del mundo", ha comentado.



El Chelsea FC seguirá vistiendo Adidas durante la próxima temporada.

El patrocinio entrará en vigor a partir de la campaña 2017-2018 e incluye el diseño de la equipación del primer equipo, el fútbol formativo y la sección femenina, así como prendas de vestir corporativas. "La asociación con el Chelsea refuerza nuestra posición de liderazgo en el fútbol. Estamos muy contentos de ayudar a aumentar el alcance global del club, sirviendo a jugadores y aficionados con la innovación y el diseño de Nike", ha celebrado el presidente de la marca, Trevor Edwards.

A partir de entonces, y a no ser que la propia Nike renueve a alza con el Manchester City en términos similares, el Chelsea tendrá la segunda equipación mejor pagada por parte de un proveedor técnico. El récord lo mantiene el Manchester United, que tiene asegurados 75 millones de libras (83 millones de euros) por curso, además de lo que genere con la explotación de su *merchandising*. Por detrás quedarían los *citizen*, pero también Arsenal FC y Liverpool FC.

El conjunto londinense ha tenido que pagar entre 40 millones y 70 millones de euros a Adidas para romper un contrato que vencía en 2023, confiando en que la nueva alianza les permitirá compensar con creces este contratiempo económico. Y no es para menos, la multinacional estadounidense le estaría asegurando el doble de ingresos fijos respecto a lo que percibía de la marca de las tres bandas, además de potenciar su distribución en un mercado tan importante como EEUU.

La renovación se produce casi dos años después de que también se consiguiera duplicar el valor del patrocinio principal de la camiseta, que pasó a manos del fabricante japonés de neumáticos Yokohama Rubber Company tras firmar un pago anual de 50 millones de euros por temporada, frente a los 25 millones que pagaba Samsung. Además, logró dejar al margen otro activo como la ropa de entrenamiento, que desde esta temporada está en manos de la marca de bebidas energéticas Carabao

Los últimos datos disponibles del club, referentes a la temporada 2014-2015, revelan que los ingresos comerciales se sitúan en torno a los 107 millones de libras (119 millones de euros). Junto a las marcas citadas, en la lista de socios *blues* están Delta, William Hill, Hublot, Beats y EA Sports, entre otros.